传统媒体与新媒体平台融合实践探讨

邓新辉
（长春广播电视台，吉林 长春 130061）

摘 要：传统媒体和新媒体的融合发展，符合新时期融媒体发展的方向，既是传统媒体利用新技术手段来提升自身运营质量的要求，也是新媒体弥补自身深度不足的必然选择。本文结合新农村建设中传统媒体与新媒体平台的融合实践，深入剖析传统媒体面临的问题与困境，探究其成因。通过分析传统媒体的困境、新媒体平台的作用与特色、媒体融合之险及媒体融合的优势和误区，剖析传统媒体与新媒体平台融合实践及融合之势，在阐述建构融媒体平台的理念与思路后，又着重论证并试图解决如何重构的问题。[1]

关键词：传统媒体；新媒体平台；融合；实践　　**中图分类号：**G222.3　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）12-083-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.12.025
本文著录格式：邓新辉．传统媒体与新媒体平台融合实践探讨 [J]. 中国传媒科技，2021（12）：83-85.

2014 年，媒体融合战略提出，从中央到省市县，各级各类传统媒体纷纷试水新媒体，从“两微一端”平台建设到“中央厨房”机制创新，大力推动媒体融合发展，媒体融合的“上半场”基本完成。2019 年 1 月 25 日，中共中央政治局将集体学习的课堂设在人民日报社，对媒体融合发展提出了更高的要求，这意味着媒体融合正在进入下半场。[2] 当前，媒体融合的下半场，如何推动传统媒体与新媒体深入融合发展，是人们热议与亟待解决的重要课题。从近几年的情况来看，新媒体的发展趋势十分迅猛，尤其对于农村地区来说，推动新媒体平台与传统媒体融合，可以有效带动当地经济发展，还能利用新媒体更加深入地了解基层，推动我国媒体事业的快速发展。[3] 虽然当前传统媒体在与新媒体融合方面存在着诸多难题，但是融合的趋势和方向已经不可阻挡。媒体融合既是移动互联网技术和信息技术创新在媒介的延伸，也是国家层面的重要战略部署。

1. 农村地区传统媒体与新媒体融合的现状及特点

1.1 实现了渠道的简单融合

无论是城市还是农村，手机已经普及，人们通过手机随时随地就可以获得需要的信息，改变了过去只能通过特定的媒介在固定的时间、地点获取信息的方式。另外，4G 网络给移动终端的新媒体平台发展带来了机遇，也为传统媒体的受众提供了快捷便利的获取新闻的渠道。

1.2 实现了与受众的互动

农村地区媒体与百姓的交往也更加密切，不管是新闻采编还是新闻报道，大多集中在同一个区域，所报道的事件与百姓的生活也十分接近，能够更加清楚地了解百姓的实际需求以及真实的生活状态。融媒体时代，受众掌握了话语权，话语权的主体发生了变化，而这种媒体话语权的全面下沉，也就使得传统媒体不得不进行与受众关系的重构，积极搭建与受众互动的桥梁。[4] 传统媒体通过平台化发展，实现了与受众的即时沟通交流，通过微信、抖音等平台，受众可以随时生产内容，在评论区还可倾听受众意见及反馈，吸收经验不断进步，这在一定程度上使得媒体与受众的距离更近。

1.3 创新了内容和形式

传统媒体与新媒体融合后，专业编采队伍更强大，采编优势更突出，在传统媒体权威性和公信力的优势下，严把新闻质量关，在内容上会有较大突破；融合后的媒体可以采用动漫、虚拟影像、短视频等技术，通过音频、文字、视频结合的形式进行传播，补齐了传统媒体的短板，增加了受众群体。传播的内容、形式相对简单，无须排版等繁琐过程，保证了信息的时效性，受众可以随时随地通过平板电脑、手机等电子设备获取消息和发表看法。

2. 传统媒体与新媒体平台融合所面临的挑战

2.1 从业人员意识有待提升

对传统媒体从业人员来说，受到互联网的影响，传统媒体广告收入出现了断层式下滑，效益下降明显。虽然从业人员认识到了这一问题，也展开了相应的转型措施，但是采编部门本质上的工作模式并没有发生改变，甚至同一个部门设立了采编部门和新媒体部门两个分部门，而两个部门间的合作交流不够深入，融合发展力度不足。这种问题在从业人员意识方面的表现非常突出，传统媒体从业人员认为新媒体内容不够专业，采编流程不够严谨，造成内容质量的下降，而新媒体从业人员不认可传统媒体从业的方式，认为这是落后的、无用的。在这种互相贬低的认知下，传统媒体和新媒体的融合自然也受到了影响。

2.2 从业人员综合素质较低

农村地区媒体从业人员大部分经验不足，他们比较熟知传统媒体的流程以及各项技能操作。新媒体在不断发展，媒体行业也逐渐开始利用各种计算机网络技术对其进行强化应用。因此，新媒体的发展必须依赖于专业的技术人才，而现有的人员素质无法满足新媒体的发展需要。目前大部分的网络技术人员主要来自计算机行业，但是由于这些人员缺乏在媒体行业工作的经验，也没有掌握专业的媒体技术，导致传统媒体与新媒体融合存在障碍，其中最为突出的问题就是传统媒体没有清晰地认识新媒体技术，对两者的融合概念也无法完全理解，缺乏科学认知。

2.3 两者融合目标不清晰

目前，农村地区传统媒体与新媒体平台融合存在融合目标不够清晰的劣势，最主要的原因是传统媒体的发展速度缓慢，而新媒体的发展速度过快。在研究当前新媒体的发展情况时，并没有明晰突出的成果，传统媒体行业对新媒体未来发展情况缺乏明确认识，两者融合的目标也是不特别明确，最终的融合过程也受到一定的限制。

3. 传统媒体与新媒体平台融合发展的误区表现

3.1 唯流量论，融合理念有待改进

有的媒体在深度融合发展中，坚信流量就是衡量影响力的唯一标准，沉迷于点击量、粉丝数，迷失了自我。还有的媒体只关注流量，不关心导向，为了蹭热点，无底线炒作明星绯闻，传播庸俗信息、有害信息、垃圾信息甚至不实信息。一味迎合猎奇心理，大肆渲染色情暴力等不宜身心健康的消息。[5] 一些从业人员没有形成互联网思维，单一地将传统媒体与新媒体平台融合，看作是报纸、广播、电视的内容延伸，是新旧媒体简单相加的结果。没有将传统媒体与新媒体的融合看作是媒体运作方式和管理方式的革新。以上种种错误的融合理念，会严重影响新旧媒体的深层次融合和新时代媒体作用的发挥。

3.2 粗制滥造，弱化精品创作功能

随着新媒体不断的发展，有的媒体弱化对精品力作的追求。如看到“朋友圈”有点赞转发就简单地认为这样的报道适应了受众需求，殊不知这样的报道很可能并没有突破“信息茧房”，外界对这样的信息很可能一无所知。[6] 还有的新闻媒体片面强调记者做一专多能的全媒体记者，要求文字记者做摄影和视频，视频、摄影记者要做文字，而忽视摄影、视频报道的专业性。老一辈传统新闻工作者十分敬惜文字，会花时间和精力在遣词造句上反复推敲和锤炼来精雕细琢以达到文字的客观真实准确，这正是现在融媒体人应该学习和发扬的“工匠精神”。

3.3 全盘网化，放弃打造传统平台

一些媒体把媒体融合片面地理解为“唯移动论”，它们重视新媒体的传播，认为报纸、广播、电视等传统传播平台影响力渐弱，也就没必要花太多时间和精力去经营，进而放松了对传统传播平台内容的把关，对传统报道应付了事。近年来，这样的现象逐渐暴露出来，一些传统媒体的报道漏洞百出，“高级黑”“低级红”现象屡见不鲜，刊发的正面报道频频引发网络舆情，在舆论场中丧失了议题设置能力和舆论引导能力。

3.4 急功近利，丢掉调查研究传统

新媒体时代，信息传播快速，一些媒体和新闻工作者对调查研究产生了消极的认识，认为新闻报道就是快速传递信息，把“快”作为唯一标准，错误地认为“碎片化传播”更适应快速阅读的需要，抓“第一落点”。而对耗时费力的调查研究、深度报道，一些媒体和新闻工作者认为是浪费时间，效果不佳，进而弱化了调查研究，在急功近利中丧失了新闻媒体的传统优势。[7]

4. 媒体深度融合发展的路径

4.1 思维融合

媒体行业要积极利用信息成果促进媒体融合发展。推动传统媒体与新媒体的融合，掌握全媒体话语权，不仅符合习近平新时代中国特色社会主义思想，还能促进新闻舆论获得更高的引导力、传播力以及公信力、感染力，这也是地方主流媒体要想获得长远发展需经历的重要途径。要转变行业发展思想，跳脱出传统媒体的藩篱，能够以更为长远的思想去考虑融合路径，让行业人才可以全面统筹多方媒介资源，挖掘各种有价值的信息，能够全面调动文、图、视频、音频等各种资源，在融媒体技术驾驭能力的支撑下，全面掌握多样化的媒体技术手段，提升新闻和节目内容打磨的质量。[8]

4.2 生产融合

要加强平台间的生产联动，做到以用户需求为导向实现媒体产品形式、内容的融合，呈现产品和服务多元化特征，依靠传统媒体品牌效应，在不同平台实现内容详细划分。农村地区媒体在做好自身媒体融合的同时，也要积极加大与中央、省、市媒体的融合力度，要与各村级微信公众号、乡镇微信公众号形成合力，提升新闻宣传效果。

4.3 市场融合

创建良好的市场竞争环境，才能使传统媒体与新媒体建立有效的合作关系，通过相互促进取得良性发展。要建立完善市场管理制度体系，在适度放宽市场准入制度的同时，加强市场监管，制约发布虚假信息、刻意制造爆点等行为，促进媒体间的公平竞争与合作。传统媒

体要借助自身长期以来形成的公信力和影响力，实现服务的多样化发展，培育用户的使用黏度。

4.4 技术融合

建立农村地区广播电视台移动客户端，利用微博、微信公众号、贴吧等平台进行推广。除了文字推广，当地广播电视台还可以利用短视频，短视频的出现满足了人们的信息碎片化、快速化需求，并且视频形式更容易吸引观众注意力。另外，在开展特色文化活动时，广播电视台工作人员可以通过直播形式进行传播。

4.5 平台融合

当前，媒体融合发展呈现出平台化、移动化、智能化趋势。传统媒体要紧跟发展趋势，加强互联网思维，顺应互联网逻辑，积极改变平台新闻资讯发布功能单一的现状，努力探索和实践平台跨界整合和创新，把新媒体平台打造成融资讯、社交、生活服务于一体的综合性平台，为用户提供更多、更贴身的服务。农村地区媒体要积极打造综合性的服务平台与政务服务平台，在实现综合智慧政务服务平台的基础上，不断拓宽自身的服务渠道，对各方面的资源要进行有效对接并科学整合，使信息发布功能可以更加完善。[9] 此外，农村地区媒体还要积极开展党务政务公开服务、电商服务，促进当地经济的不断发展，使地方主流媒体可以实现新闻 + 政务 + 服务的创新模式。同时，要通过创新媒体融合思路，主抓新闻策划，不断促进各种新闻要素深度融合、各种报道资源充分共享、各种媒介互联互通，实现新闻信息的“一次采集、多种生成、多元传播、全方位覆盖”。

4.6 人才创新

积极促进传统媒体和新媒体的融合创新发展，首先需要重视新媒体人才的引进，着力引进技术人才、管理人才、运营人才等方面人才，满足受众的个性化需求，提升受众的新闻体验感。其次，要提升现有人员的媒介综合素养，加大新闻业务、新媒体业务培训，打造一支高素质的融媒体人才队伍。最后，要建立完善的人才评价以及晋升机制，为媒体人提供更广阔的发展空间。

结语

无论是技术发展还是社会发展，都促使各行各业开始打破行业间的壁垒，迎接即将到来的融合时代。面对行业间业务相互渗透的形势，传统媒体开始在内容、渠道和用户方面与新媒体融合，衍生出了新的媒介形态。实际上，21 世纪初，国家就开始提出三网融合，直至近年来电信网、电视网和互联网的融合模式才面向全国推广，使国家信息化水平快速提升，能够在全球信息技术竞争中展露优势。在新旧媒体之间，同样需要紧跟传媒发展步伐，不断寻求融合途径，优化产业价值链条，满足受众和市场需求。在社会转型发展新时代，传统媒体和新媒体应顺应时代发展需要，在相互协作的基础上克服发展局限，通过优势互补创建新的发展模式，应对媒体发展遇到的各种新问题，全面推进媒体深度融合。在各种要素的驱动下，媒体融合需要加强实践探索，在内容生产、市场发展等各方面进行深入探索，通过辩证思考现有模式的优势和短板把握模式的适用性，最终达成纵深化发展目标，取得显著融合成效。媒

参考文献

[1] 赵新春 . 融媒体语境下地方广播电视新闻话语权掌控 [J]. 中国传媒科技，2021（7）：35-37.

[2] 新华社 . 中共中央办公厅国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》[EB/OL]. 中国政府网，2020-09-26.http：//www.gov.cn/zhengce/2020-09/26/content_5547310.htm.

[3] 郭全中 . 国内新闻付费的春天来了吗？ [N]. 中国出版传媒商报，2020-03-31（004）.

[4] 徐钰 . 地方媒体如何在媒体融合中找寻发展新机遇 [J]. 新闻文化建设，2021（5）：9-10.

[5] 何刚 . 努力还原真相推进问题解决——《财经》杂志疫情报道的经纬度 [J]. 中国记者，2020（4）：34-36.

[6] 李斌 . 新媒体语境下，传统摄影报道如何实现“刷版”“刷屏”？——以新华社“苗山脱贫影像志”系列摄影报道为例 [J]. 中国记者，2018（9）：125-127.

[7] 张卓 . 全媒体语境下政府和媒体公信力复合式建构 [J]. 中国出版，2014（4）：51-54.

[8] 侯琳，李斌 . 守正创新：新闻事业发展的新动力——以新中国成立 70 周年为视阈 [J]. 社会科学家，2019（7）：150-155.

[9] 费士廷 . 记者与调查研究——读《穆青论新闻》的一点收获 [J]. 军事记者，2005（11）：54.

作者简介：邓新辉（1972-），男，吉林长春，中级记者，研究方向：媒体融合。

（责任编辑：胡杨）